

Таким образом можно сказать, что при формировании психологического автопортрета, наряду с непосредственной оценкой самого себя и своего поведения, большое значение имеет то, какие реакции получает человек из своей социальной среды. Иными словами психологический автопортрет формируется на основе единства внутренних непосредственных переживаний, с одной стороны, и внешних оценок общества в отношении его «я», с другой.

О. И. Пименова

СЛОЖНОСТИ ИДЕНТИФИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СРЕДЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Многие отечественные исследователи отмечают разнопорядковые нарушения процессов социально-статусной идентификации и социализации в молодежной среде современного российского общества, указывают на учащение проявления кризисных и дисфункциональных тенденций, специфицирующих и характеризующих данные процессы. Указанная проблема представляется нам дискуссионной, а также актуальной для научно-исследовательского рассмотрения в силу ряда причин. Во-первых, социально-статусная идентификация играет важнейшую роль в формировании и становлении личности, что особенно активно происходит на этапе молодости, когда актер, обретая самостоятельность, вынужден самоопределяться в иерархии социального пространства, актуализировать себя в качестве члена той или иной группы, того или иного социального класса, конструировать свою статусную позицию. Во-вторых, социально-статусная идентичность является своего рода механизмом взаимодействия между личностью и группой членства, неким адаптивным механизмом, посредством которого происходит усвоение молодым человеком групповых и общественных ценностно-нормативных установок и поведенческих образцов, а также формирование собственной системы устойчивых социальных представлений и жизненных ориентаций, лежащих в основе стиля и образа жизни молодого человека и являющихся фундаментом его статусной позиции, маркером классовой принадлежности.

Авторское исследование, проведенное в 2011–2012 гг. позволяет доказать тот факт, что статусно-идентификационные процессы в молодежной среде достаточно сложны и специфичны, а потому представляют исследовательский интерес. Эмпирическую базу исследования составили материалы, полученные в результате опроса молодежи ($N = 700$) методом раздаточного анкетирования с использованием квотной выборки, выровненной по поло-возрастному и образовательному признаку.

В ходе анкетирования респондентам было предложено ответить на открытый вопрос: «Если бы Вам коротко пришлось рассказать о себе, что бы Вы сказали, кто Вы такой?». За основу этого вопроса был взят тест (однако в сильно упрощенной форме), предложенный М. Куном и Т. Мак-Партландом для исследования самоотношения и самоописания респондентов. Результаты, полу-

ченные в ходе контент-анализа ответов, позволяют зафиксировать ряд особенностей, характеризующих структуру Я-концепции (которая складывается из элементов, осознаваемых и выделяемых самим молодым человеком, представляя собой, таким образом, его самоидентичность) и место в ней социально-статусной идентичности.

Полученные ответы были сгруппированы в четыре категории, отражающие элементы Я-концепции: социальный статус (социальное Я), личностный статус (рефлексивное Я), физический статус и трансцендентальное Я. Стоит сказать, что около 18 % респондентов затруднились ответить на поставленный перед ними вопрос (преимущественно это были юноши со средним образованием в возрасте до 18 лет). Остальные ответы показывают, что лишь чуть более половины опрошенных (55 %) идентифицируют себя с каким-либо социальным статусом, с какой-либо выполняемой социальной ролью. Самые популярные – это образовательный статус (20 %) и профессиональный статус (12 %). Преимущественное же большинство респондентов (62 %) делали акцент на характеристиках психологического, «внутреннего уровня», своих индивидуально-личностных, уникальных чертах.

Описанное распределение ответов, с одной стороны, доказывает рефлексивную обусловленность идентификационных стратегий молодежи, их комплексный характер, а с другой стороны, демонстрирует трудности социально-статусного самоопределения. Последнее может быть подтверждено еще и тем, что часть респондентов, преимущественно юноши студенческого возраста, трактовала себя слишком абстрактно и философски (например, «человек XXI века», «бездельник-мизантроп», «я маленькая крупинка во всем мире», «пассивный борец с системой» и др.) – около 5 %, или слишком широко, глобально («человек» – почти 21 %, «личность» - 7 %), что свидетельствует о достаточно обобщенном уровне их самодифференциации и самокатегоризации.

Так можно заключить, что некоторая доля молодежи на момент опроса находилась в переходном состоянии, в состоянии конструирования своей социально-статусной идентичности, как бы на первой стадии ее становления (стадии самооценивания, самоосознания, которая непосредственно предшествует статусному самоопределению), то есть – переживала ее кризис.

Кризисный характер идентичности может быть подтвержден и за счет анализа ее формы. Только 6,5 % молодых людей акцентируют внимание на желаемой идентичности (среди них девушек почти в 2 раза больше, чем молодых людей), характеризуя себя в терминах «будущий специалист», «человек, стремящийся достичь успеха» и т. д. Около 70 % респондентов говорят о реальной идентичности, оценивая ее с позиций нейтралитета.

Проблема заключается в том, что почти в каждом втором случае эта реальная идентичность приобретает форму рассеянной, диффузной, когда статусно-идентификационные цели слишком абстрактны, социальные роли не осознаваемы, человек переживает сомнения относительно своего места в иерархии социальной структуры (либо не задумывается об этом вовсе).

В большей степени это свойственно учащейся молодежи, что связано с осознанием ею необходимости и трудности последующего профессионального и семейного самоопределения. Для работающей молодежи характерна множественная идентичность (около 11 % от общего числа ответов), поскольку эта часть респондентов уже не только занимает какую-то достаточно устойчивую статусно-профессиональную позицию, которую пытается совершенствовать, но и зачастую продолжает получать образование, а также заниматься своей собственной семьей. Подобного рода форма идентичности свидетельствует лишь о том, что человек, с одной стороны, субъективно ощущает себя членом многих социальных групп, в каждой из которых имеет свою статусную позицию, а с другой стороны, имеет достаточно высокий уровень социальных притязаний, желание самореализоваться, достичь успеха в максимально большом количестве различных сфер жизни.

Около 47 % респондентов независимо от половозрастных характеристик ассоциируют свою будущую желаемую социальную позицию с конкретной профессиональной средой, с конкретным профессиональным статусом: интеллигенция (врачи, учителя, деятели искусств и науки) – 20 %, бизнес – 9,4 %, умственный труд (экономисты, юристы) – 8,3 %, шоу-бизнес – 6,7 %, государственная служба – 5,9 %, политика – 3 %. В остальном, ответы достаточно неконкретны, что в очередной раз подтверждает трудности социального самоопределения, в частности, в профессиональной сфере. Большинство – около 64 % респондентов (в среде работающей молодежи эта цифра доходит до 83 %) утверждает, что в будущем хотело бы принадлежать к группе успешных людей, не важно, какой именно. Такое распределение ответов может быть обосновано возрастной социализационной особенностью молодежи, которая еще не достигла социальной зрелости и находится в процессе выбора и конкретизации индивидуальных целей идентификационных стратегий.

Таким образом первая проблема, с которой сталкивается молодой человек на пути конструирования своей социально-статусной идентичности – это *сложность постановки конкретной цели идентификационной стратегии*, которая будет обуславливать весь процесс дальнейшей самоидентификации, детерминировать направление, вектор его статусного самоопределения в иерархии социального пространства.

Вторая сложность, на наш взгляд, связана с выбором референтной группы и значимых других, выполняющих функцию своего рода эталона, норматива, по образу и подобию которого будет конструироваться социально-статусная идентичность молодого человека.

Молодые люди в своем образе жизни и поведении ориентированы преимущественно на свою семью (в среднем около 40 %, хотя вопрос на самоидентичность показал, что лишь 1,3 % молодых людей осознает и оценивает себя с точки зрения семейного статуса) и на тех, кто разделяет их взгляды на жизнь и мировоззрение (также около 40 %), кто достиг успеха и материальной независимости (около 30 %).

Еще одно противоречие, зафиксированное в ходе анализа, заключается в том, что молодые люди, ставя перед собой идентификационные цели, желают в будущем стать представителями группы успешных людей; респонденты убеждены, что образы, «эталоны» успешных людей в обществе формируются, прежде всего, средствами массовой информации (различные СМИ в сумме 55 %) и известными личностями, уже добившимися успеха (64 %), информация о которых, по большому счету, и становится доступной молодежи только через канал СМИ. При этом в качестве ориентира самоопределения, как уже было сказано ранее, большая часть респондентов выбирает семью и людей со схожим мировоззрением. Таким образом, *институт социализации, который призван адаптировать человека к будущей статусной позиции, и референтная группа, которая предоставляет человеку некие ценностно-нормативные и поведенческие ориентиры и эталоны, не совпадают, а иногда и идеологически противоречат друг другу, встает проблема соотношения роли и авторитета реальных (например, семья) и номинальных (например, известные люди) референтных лиц в окружении молодого человека.* Такая деструктивность еще на первоначальном этапе становления социально-статусной идентичности приводит молодого человека к закономерным трудностям дальнейшего самоопределения и сопутствующим кризисным состояниям.

Результаты исследования позволяют зафиксировать кризис идентичности, широко представленный в современной молодежной среде и характеризующий трудности социально-статусной идентификации и социализации ее различных представителей. Эти трудности, прежде всего, проявляются в сложности постановки цели идентификационной стратегии, а также в выборе агентов и институтов социализации, в идеале призванных оказывать человеку помощь в социально-статусном самоопределении.

М. В. Пинженина

ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ ПОКОЛЕНИЙ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Проблема поколений относится к числу вечных. Она не биологическая (на таком уровне она существует и у животных) и даже не демографическая, а социокультурная или культурно-историческая. В этом смысле сам термин поколение не определен. Он передает сопричастность людей к тем или иным общественным событиям (процессам), существенно влияющим на жизнь общества, и связанную с этим общность целей, социально-психологических установок, ценностных ориентаций, характеризующих специфику их менталитета. Речь идет об изменениях способов и типов преемственности, культурно-исторический, смысл которых высвечивается отношением к традиции.

В условиях резких социальных переломов, разумеется, четче обнаруживается конфликт поколений, поскольку возрастные особенности сказываются на способности адаптироваться к изменениям, так что социокультурные харак-